

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh *Celebrity Endorser* Vivo S1 di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen, dimana kuisioner disebarakan melalui *google forms* kepada Mahasiswa UPN “Veteran: Jakarta yang berjumlah 100 responden yang ditentukan berdasarkan rumus yamane, sampel dipilih menggunakan teknik *Probability sampling* jenis *random sampling* yang memberikan peluang kepada setiap anggota populasi untuk menjadi sampel. Variabel pada penelitian ini adalah Pengaruh *Celebrity Endorser* (Variabel X) Vivo S1 di media sosial Instagram terhadap minat Beli konsumen (Variabel Y). Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh *Celebrity Endorser* Vivo S1 di media sosial Instagram terhadap minat beli konsumen, dapat peneliti simpulkan bahwa adanya hubungan yang cukup kuat dan berpengaruh antara Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Minat Beli Konsumen.

Penjelasan diatas dibuktikan melalui uji koefisien determinasi yang meyakini bahwa nilai koefisien korelasi r hitung sebesar $r = 0.567$, Nilai tersebut termasuk kedalam tingkatan hubungan yang kuat karena terletak diantara 0.400-0.599. Maka dapat disimpulkan bahwa antara *Celebrity Endorser* (variabel X) dan Minat Beli Konsumen (variabel Y) memiliki hubungan yang cukup kuat. Hasil uji hipotesis nilai t hitung $6,776 > t$ tabel $1,660$, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan *Celebrity Endorser* terhadap minat beli konsumen. Semakin besar Pengaruh *Celebrity Endorser* Vivo S1 di media sosial Instagram maka semakin tinggi minat beli konsumen.

5.2 Saran

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan judul pengaruh *Celebrity Endorser* Vivo S1 di Instagram terhadap Minat Beli Konsumen, berikut beberapa saran yang relevan dengan penelitian.

5.2.1 Saran Akademis

Bagi peneliti selanjutnya hendaknya menjadikan penelitian ini sebagai referensi mengenai *Celebrity Endorser* dan Minat Beli Konsumen. Dan juga sebagai referensi kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan kajian tentang pengaruh *Celebrity Endorser* Vivo S1 yang berkaitan dengan Minat Beli Konsumen

5.2.1 Saran Akademis

Bagi perusahaan Vivo disarankan untuk dapat konsisten dalam mengiklankan produk-produknya dengan menggunakan *celebrity endorser* guna mempertahankan minat beli konsumen. Karena terbukti dari hasil penelitian ini peran *celebrity endorser* Vivo S1 memiliki pengaruh yang kuat terhadap minat beli konsumen dengan cara menggunakan *advertising* melalui *celebrity endorser* diharapkan membuat brand vivo semakin diminati dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat.